

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN BUKTI FISIK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAFE WARSU 2
MALANG**

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Achmad Kasiani

201310160311311

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018

SKRIPSI

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN BUKTI FISIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAFE WARSU 2 MALANG

Oleh :

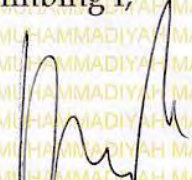
Achmad Kasiani


201310160311311

Diterima dan disetujui
pada tanggal 26 Januari 2018

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Drs. Dicky Wisnu UR, M.M.


Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,


Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Marsudi, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN BUKTI FISIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAFE WARSU 2 MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Achmad Kasiani

NIM : 201310160311311

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 26 Januari 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Penguji II : Drs. Noor Aziz, M.M.

Penguji III : Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Penguji IV : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

1.

2.

3.

4.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : **Jum'at 26 Januari 2018**

Tempat : **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : **ACHMAD KASIANI**

No. Induk : **201310160311311**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH MARKETING COMMUNICATION DAN BUKTI FISIK (PHYSICAL EVIDENCE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ WARSU 2 MALANG**

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Rahmad Wijaya, M.M.	73	
2.	Drs. Noor Azis, M.M.	77	
3.	Dra. Ratih Juliati, M.Si.	80	
4.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	80	

Nilai rata-rata : **77,5 / B+**

Dinyatakan : **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)**

Kategori : **Layak / Tidak Layak *)**

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui
a.n. Dekan FEB-UMM,
Wakil Dekan I,

Dr. Widayat, M.M.

Malang, **26 Januari 2018**
Ketua Tim Penguji,

Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Ket: *) Coret yang tidak perlu

Surat Pernyataan

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Kasiani
NIM : 201310160311311
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa :

1. Tugas akhir dengan judul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Warsu 2 Malang” adalah hasil karya saya, dalam naskah tugas ini tidak ada karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam tugas akhir ini dapat dilakukan unsur PLAGIASI saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN. Serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Maret 2018

Yang Menyertakan



Achmad Kasiani

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbilalamin, saya panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kelancaran kepada saya untuk melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Warsu 2 Malang. Maksud dan tujuan penulisan skripsi dengan judul tersebut guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang.

Skripsi ini dalam penulisannya tentu banyak mengalami hambatan. Namun, dengan saran, masukan, dukungan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang saya miliki. Ungkapan syukur dan terima kasih saya ucapkan kepada yang terhormat:

1. Drs. H. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Ida Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Marsudi M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

4. Drs. Dicky Wisnu UR, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiaannya untuk membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Ratih Juliati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiaannya untuk membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Dra. Dewi Nurjannah M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
8. Kedua Orang Tua saya tercinta, Alm. Bapak H. Sahadi dan Ibu Hj. Suwarni atas segala do'a, dukungan, masukan, motivasi, pengorbanan, cinta dan kasih sayang beliau yang tidak pernah terputus.
9. Kakak saya, Achmad Sholeh S.E, Abdul Rahman S.T dan Achmad Safi'i yang memberikan dukungan, motivasi dan bantuan setiap membutuhkan saat menemui kesulitan.
10. Sahabat-sahabat saya di kelas Manajemen F yang selalu memberikan saran, masukan, dukungan, motivasi, inspirasi, berbagi ilmu, dan tempat berkeluh kesah selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat saya di Kos Jetis No. 90 (Hanif, Adit, Ujek, Cukrik, Jeprot, Copet, Gombes, Rojikin, Roby dan Idris) yang selalu memberikan saran,

masukan, dukungan, motivasi, inspirasi, berbagi ilmu, dan tempat berkeluh kesah selama proses penyelesaian skripsi ini.

12. Sahabat-sahabat saya di Boncabe (Recky, Rio, Diana, Della, Ellen, Anggun, Ajeng) yang selalu memberikan keceriaan, saran, masukan, dukungan, motivasi, inspirasi, berbagi ilmu, dan tempat berkeluh kesah selama proses penyelesaian skripsi ini.

13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan do'a, dukungan, dan motivasi hingga dapat terselesainya skripsi ini.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya.

Wassalamu'aliakum, Wr. Wb.

Malang, 20 Januari 2018

Penulis,

Achmad Kasiani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Landasan Teori	9
1. Perilaku Konsumen	
a. Pengertian Perilaku Konsumen	9
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9
c. Model Perilaku Konsumen	17
2. Keputusan Pembelian	
a. Pengertian Keputusan Pembelian	17
b. Model Proses Keputusan Pembelian	18
c. Indikator Keputusan Pembelian	22
3. Kafe	
a. Pengertian Kafe	23

4. Pemasaran Jasa	
b. Pengertian Pemasaran Jasa	24
c. Karakteristik Jasa.....	24
5. Bauran Pemasaran Jasa	
a. Pengertian Bauran Pemasaran Jasa.....	27
b. Dimensi Bauran Pemasaran Jasa	27
6. Komunikasi Pemasaran	
a. Pengetian Komunikasi Pemasaran.....	29
b. Peran Komunikasi Pemasaran	29
c. Indikator Komunikasi Pemasaran.....	30
7. Bukti Fisik	
a. Pengertian Bukti Fisik	34
b. Jenis Atribut Bukti Fisik.....	36
c. Peran Bukti Fisik	36
d. Indikator Bukti Fisik.....	38
C. Kerangka Pemikiran Teoritis	38
D. Hipotesis.....	40
 BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian.....	42
C. Populasi, Sampel Dan Teknik Penentuan Sampel	43
D. Definisi Operasional Variabel.....	44
E. Jenis dan Sumber Data	46
F. Teknik Pengumpulan Data	46
G. Teknik Pengukuran Variabel.....	47
H. Teknik Pengujian Instrumen	
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	48
I. Teknik Analisis Data.....	49
1. Analisis Regresi Linear Berganda	49

2. Uji Asumsi Klasik	
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Multikolinearitas	50
c. Uji Heteroskedastisitas	51
d. Uji Autokorelasi	52
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	52
J. Uji Hipotesis	
1. Uji Simultan (Uji F)	53
2. Uji Parsial (Uji T)	53
3. Uji Dominan	54
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Daerah Penelitian.....	55
1. Keadaan Geografi	55
2. Keadaan Demografi	55
B. Gambaran Umum Perusahaan.....	56
C. Gambaran Karakteristik Responden	57
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan ..	60
D. Uji Instrumen Penelitian	61
1. Uji Validitas.....	61
2. Uji Reliabilitas.....	64
E. Hasil Analisis Data	
1. Uji Asumsi Klasik.....	65
a. Uji Normalitas.....	65
b. Uji Multikolinieritas.....	66
c. Uji Heterokedastisitas	67
d. Uji Autokorelasi.....	69
2. Analisis Regresi Linier Berganda	70
3. Koefisien Determinasi.....	72

F. Pengujian Hipotesis.....	73
1. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
2. Hasil Uji Parsial (Uji T)	75
a. Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian	75
b. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Keputusan Pembelian .	76
3. Hasil Uji Dominan	76
G. Pembahasan Hasil Penelitian	78
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83
 DAFTAR PUSTAKA	86
 LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 3.2	Skala Likert.....	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	60
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel komunikasi pemasaran	62
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik.....	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	69
Tabel 4.10.	Hasil Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)	70
Tabel 4.11.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.13	Hasil Uji Simultan (Uji F)	74
Tabel 4.14	Hasil Uji Parsial (Uji T)	75
Tabel 4.15	Hasil Uji Dominan	76

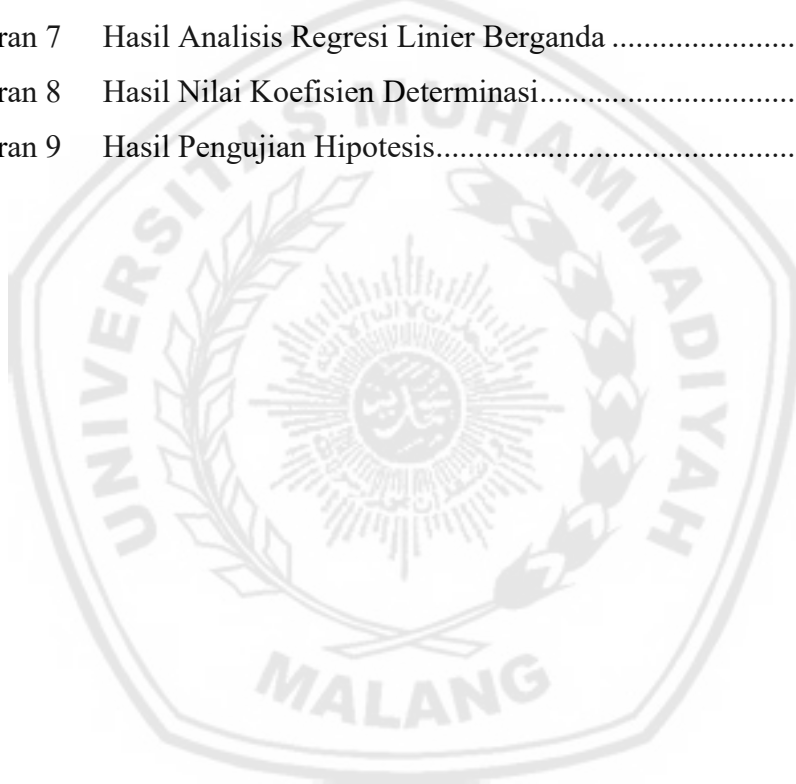
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	17
Gambar 2.2	Proses Proses Pembelian Konsumen	18
Gambar 2.3	Kerangka Pikir	39
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas (<i>Probability Plots</i>).....	66
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>)	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pernyataan Konsumen Kafe Warsu 2 Malang.....	90
Lampiran 2	Kuesioner.....	92
Lampiran 3	Tabulasi Kuesioner	93
Lampiran 4	Data Hasil Kuisisioner	95
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	96
Lampiran 6	Hasil Output Uji Asumsi Klasik.....	99
Lampiran 7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	101
Lampiran 8	Hasil Nilai Koefisien Determinasi.....	101
Lampiran 9	Hasil Pengujian Hipotesis.....	102



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Dimas Rachman. 2016. "Menjelajahi Wisata Kuliner di Pakuwon Foodfest Surabaya". https://www.kompasiana.com/dimasrachmanaditya/menjelajahi-wisata-kuliner-di-pakuwon-foodfest-surabaya_568125ea727e6145210e6a90. (Diakses pada tanggal 18 Januari 2018).
- Amofah, Ofosu. Et. Al. 2016. *The Influence Of Service Marketing Mix On Customer Choice Of Repeat Purchase Of Restaurant In Kumasi, Ghana*.
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis, Cetakan Ketiga*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Burdiningsih. 2009. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Catur E, Rismiati dan Ig. Bomdan Suratno. 2006. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ghozali, Imam. 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hurriyati, Ratih, 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Pradana, Rio Sandy. 2013. "Omzet Kafe dan Restoran di Indonesia Tumbuh 15%". <http://industri.bisnis.com/read/20130411/12/7905/omzet-kafe-dan-restoran-di-indonesia-tumbuh-15>. (Diakses pada tanggal 26 Oktober 2017).
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles W Joseph, F. Hair, Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*, Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, C., dan Gummesson. 2011. *Pemasaran Jasa (Seventh ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mandela, Nelson. 2012. “Geografis Kota Malang”. <http://ngalam.id/read/37/geografis-malang/>. (Diakses Pada 18 Desember 2017).
- Nugroho, J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Putri, Sany Eka .2016. “Penduduk Kota Malang Bertambah 1,58 Persen Tiap Tahun”. <http://suryamalang.tribunnews.com/2016/05/30/penduduk-kota-malang/>. (Diakses pada 30 Desember 2017).
- Purba, Amir, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Ramadhan, Imron. 2016. “16 Cafe / Restoran Unik Di Malang Yang Akan Membuat Anda Keren Di Instagram”. <https://indonesia.tripcanvas.co/id/malang/cafe-restoran-unik-di-malang/>. (Diakses pada 19 Januari 2018).

- Shimp, A, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu*, Jilid I. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, Fiska. 2017. “Ingin Jadi Pengusaha? Pilih Usaha Ini Aja”.
<http://bisnis.radarmalang.id/ingin-jadi-pengusaha-pilih-usaha-ini-aja/>.
(Diakses Pada 15 Januari 2018).
- Tanjung, Fiska. 2017. “Malang Jadi Surga Bisnis Kafe”.
<http://kuliner.radarmalang.id/malang-jadi-surga-bisnis-kafe/>. (Diakses pada tanggal 6 Januari 2018).
- Tanjung, Fiska. 2017. “Bisnis Kuliner Kota Malang Tumbuh 30 Persen”.
<http://travel.radarmalang.id/bisnis-kuliner-kota-malang-tumbuh-30-persen/>. (Diakses pada tanggal 16 Januari 2018).
- Tasuki, Martia Mutiara. 2013. *The Effects Of Mcdonald's Breakfast Menu Marketing Communications Exposure And Product Image Towards The Purchased Decision*.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein. 2007. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wijaya, Angelique Verona Dan Christina Siswanto. 2013. *Analisis Pengaruh People, Physical Evidence, Dan Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Comedy Kopi Surabaya Town Square (Sutos)*.
- Wulandari, peni . 2016. “Peluang Longgar, Industri Kafe Restoran Jatim Tumbuh 20%”.
<http://surabaya.bisnis.com/read/20160623/9/89755/peluang->

[longgar-industri-kafe-restoran-jatim-tumbuh-20](#). (Diakses pada tanggal 10 Januari 2018).

Yazid, 2005, Pemasaran Jasa; Konsep dan Implementasi, Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.

Zeithaml, A. Valerie, Et al. (2006). *Service Marketing*. 4th ed. New York: McGraw-Hill.

